《移动电子商务服务类商品经营规范》行业标准

（征求意见稿）编制说明

一、工作简况

**（一）行业发展现状。**

随着我国电子商务领域的快速发展，人们逐渐倾向于利用电子商务平台购买所需商品和服务。虚拟非有形商品经营渗透到人们的日常生活中，线上和线下服务信息如何匹配融合是管理者、经营者、服务者、客户/消费者面临的问题。该标准力求规范电子商务虚拟业态中服务经营活动的，以他律性量化技术文件指导移动电子商务服务类商品经营活动的合理发展，力求虚拟业态与实体业态的融合。

**（二）制修订必要性。**

为建立移动电子商务服务类商品销售商和平台服务商的服务意识和保护意识，减少和预防移动电子商务服务类商品经营、服务质量问题的产生，引导移动电子商务服务类商品经营服务活动向“理性经营、理性服务、理性管理、理性执法、理性研究”的方向发展，制定他律性虚拟市场各业态量化技术法规或技术文件，用以支撑相关《价格法》、《产品质量法》和《消费者权益保护法》的执行。

**（三）任务来源。**

《移动电子商务服务类商品经营规范》[立项名称为：《移动无形商品（服务）电子商务经营服务规范》]是依据《商务部办公厅关于下达2016年流通行业标准项目计划的通知》（商办流通函［2016］828号）函中第49项目计划依法制定的行业标准，根据电子商务工作需要，将立项名称变为：《移动电子商务服务类商品经营规范》。

**（四）主要参加单位和工作组成员。**

略

**（五）主要工作过程。**

1.组建工作组、标准起草过程、召开讨论会和调研等情况

2016年初商务部立项后，于当年度建立了以商业科技质量中心为组织单位，以该中心计量与标准化处尚卫东教授高级工程师为组长，组成了专业标准化技术起草研究组，在中国国际贸易促进委员会商业行业委员会协同下，启动了该标准的制定工作。

起草单位对《移动电子商务服务类商品经营规范》进行了调研，并于2017年4月形成了初步调研报告。

2017年4月28日召开了起草工作召集会。进一步完善了企业加入起草组的工作。

2.标准征求意见情况

2017年5-6月完成征求意见稿。书面发出80份以上，反馈意见36份，无意见32份，提出意见4份，该单位未提出具体措施。后经商务部电子商务司审核，起草工作组听取了部领导提出的问题，按要求修改了名称为《移动无形商品（服务）电子商务经营服务规范》（征求意见稿）。并将《移动无形商品（服务）电子商务经营服务规范》改为《移动电子商务服务类商品经营规范》。

2020年3月按照《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》（GB/T 1.1-2020）格式修改了标准格式和按《流通行业标准制修订工作指南》要求编修了《移动电子商务服务类商品经营规范》编制说明。现在线下定向征求意见的基础上，在线下定向征求意见的基础上，在商务部网站公开征求意见。

二、标准制修订原则和内容

**（一）制修订原则。**

1、本标准按《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》（GB/T 1.1-2020）的规定进行编写。

2、以线上线下融合为工作方向

近年来，电子商务活动使得移动服务类商品经营时空发生了巨大变化，移动服务类商品营销使时空距离变短，线下经营也好，线上经营也好，电子商务的产生极大地降低了移动服务类商品营销成本、扩大了服务范围，特别是现实中催生出了移动服务类商品新的经营业态。这必将促进客户/消费者所购服务与实体经济的融合。

3、以法律量化执行为工作方向

按照我国《标准化法》及其《实施条例》的要求，以短、平、快的技术法规和技术文件引导移动电子商务服务类商品经营活动的发展，以预防和疏解移动电子商务服务类商品营销活动中的问题。为了在移动电子商务服务类商品经营活动中引导电子商务平台服务商和移动服务类商品在线销售商的保护意识和服务意识。《移动电子商务服务类商品经营规范》标准起草组，期望对移动服务类商品电子商务经营活动引向规范性的道路，通过标准化的管理模式，推动在移动服务领域的电子商务活动发展。2016年商务部制定了《电子商务商贸服务标价通用技术要求》(SB/T 11157-2016)，按照下上和线下工作结合的方式对“实物类商品”进行了技术规范的结合和应用，使商务服务类商品基础工作建立了起来，最基本的“非实物类商品”信息交换通过“价格名片”具备了条件，在此基础上，电子商务活动中“非实物类商品规范经营”也具有了指导性技术知道的基础内容。

4、制定内容要求

本标准结合已发布行业标准的《电子商务商贸服务标价通用技术要求》（SB/T 11157-2016），根据移动服务类商品实际情况研究制定的技术标准。为了促进移动服务类商品电子商务市场的服务质量向规范化发展，培育可持续规范经营的电商企业、引导移动商品电子商务市场向着健康、安全、规范有序、注重信用的市场量化技术法规或技术文件。

**（二）主要制修订内容。**

《移动电子商务服务类商品经营规范》标准制定的主要内容包括有：本标准规定了移动服务类商品销售商经营管理要求和平台服务商经营管理要求。

本标准适用于服务类商品，在电子商务营销模式下，由在线销售商于电子商务平台服务商提供的营销平台上（以下简称：平台服务商），对潜在移动客户发出指令的营销活动。

本标准不适用于实物类商品在电子商务营销模式下的移动营销活动，以及不适用于自助式移动数字产品。

**（三）主要试验（或验证）情况分析。**

我国《价格法》对实体商品标价给出了半定性八项技术规定，2012年商务部发布了《商品标价签通用技术条件》（SB/T 10955-2012）。此后，为线下和线上的管理的一致性和电子商务的特殊业态特点，商务部于2015年发布《电子商务商品标价通用技术条件》（SB/T 11134/2015）行业标准。通过线上下线标价的一致性，引出对电子商务商品标价引导下的商品经营规范。由实体商品标价引出的有形商品实体和虚拟经营价格、计量和质量管理的研究，启发了研究人员对无形商品（服务）的价格引导下的研究，2012年开始研究电子商务流通经济各业态服务标价技术内容。2016年商务部发布了《电子商务商贸服务标价通用技术要求》（SB/T 11157-2016），为实体服务各业态打下了基础。团体标准《跨境电子商务经营规范》和《移动电子商务经营规范》发布后，企业和基层管理部门认为需要将虚拟无形商品（服务）纳入技术法规的轨道，为此起草单位于2016年提出“移动电子商务服务类商品经营规范”立项建议并由商务部发布立项计划。

三、与国际、国外有关法规和标准水平的比对分析

本标准为国内首次制定，达到国内领先水平。因与其他国家管理在价格管理、服务管理和质量管理不同，技术内容上超过其它国家的技术标准水平。

四、与有关现行法律、行政法规和其他强制性标准的关系，配套推荐性标准的情况

依据我国《标准化法》及其《实施条例》制定；对《价格法》、《产品质量法》和《消费者权益保护法》量化支撑；对《电子商务商贸服务标价通用技术要求》（SB/T 11157-2016）具体实施管理技术要求。

五、重大分歧意见的处理过程及依据

无。

六、实施标准所需要的技术改造、成本投入、老旧产品退出市场时间、实施标准可能造成的社会影响等因素分析，以及根据这些因素提出的标准实施日期建议

该标准为管理性标准，不存在成本投入、老旧产品退出市场时间。实施标准可能造成的社会影响是积极的，可使买卖双方的信息对称和提高经营者和平台经营者的信用度。本标准的实施可量化管理，并量化引导和丰富电子商务经营者、电子商务平台建设者按规范的他律要求进行规范管理，进而维护自身的合法利益，间接保护用户的权益。

七、实施标准的有关政策措施

我国《价格法》的重要目的是保证商品和服务价格的信息对称。主要防止价格欺诈、计量欺诈和商品质量、服务质量欺诈。本标准的实施可量化支撑《价格法》、《计量法》、《产品质量法》和《消费者权益保护法》等的执行。通过组织电子商务企业宣贯落实上述法律的他律性量化执行。

八、预期达到的社会效益、对产业发展的作用等情况

本标准将减少管理漏洞，避免电子商务企业权益利益，间接维护客户的权益。减少经营者和客户间的纠纷。对建立诚信社会具有可操作的技术内容。

九、涉及专利的有关说明

无。

十、其他应予说明的事项

**（一）关于标准名称修改。**

本标准立项名称为《移动无形商品（服务）电子商务经营服务规范》，是对应有形商品《电子商务商品营销运营规范》（SB/T 10469-2013）标准的配套标准，是将有形商品和我无形商品（服务）全流通领域业态无死角技术管理虚拟市场的量化技术文件。按照商务部电子商务司提出的要求，建议将立项名称修改为《移动无形商品（服务）电子商务经营服务规范》，后经共同商榷和研究更明确的名称认为《移动电子商务服务类商品经营规范》更贴切。

**（二）关于对外通报。**

无。